SUPLEMENTO DE ESTILO Y DECORACION DE PAGINA|12. SABADO 15 DE NOVIEMBRE DE 2008. AÑO 10. Nº 508

m²



diseños

encuentros en
Estados Unidos y en Brasil
muestran cómo funciona
eso del valor agregado

Diseño como valor agregado

POR MATIAS DELFINO *

La Asociación Profesional de Diseñadores de Estados Unidos organizó en Nueva York la conferencia GAIN: *Business and Design* (“Negocios y Diseño”).

AIGA presentó una serie de ejemplos en el que el diseño agrega específicamente valor agregado al cliente. En la conferencia, líderes en los campos de la comunicación y los negocios coincidieron en el papel esencial del diseño como generador de ventajas competitivas y compartieron su experiencia respecto a los beneficios obtenidos.


Una concesionaria de Saturn.

Saturn

Desde el momento en que uno entra en un concesionario, el proceso de compra de un auto implica muchas veces una mezcla de estrés, incertidumbre y desconfianza. Tomando eso en cuenta, la automotriz Saturn (www.saturn.com) y el estudio de consultores de diseño Jump Associates ww.jumpassociates.com) se propusieron rediseñar esa experiencia y transformarla en algo positivo. Y desarrollaron una estrategia que ubicó al diseño como protagonista.

Testimonio de ello fue no sólo la línea llamativa y moderna lograda en los últimos modelos que salieron al mercado, sino también el rediseño de la identidad visual, la señalética, el sitio de Internet y los espacios arquitectónicos exteriores e interiores de las concesionarias. Cada detalle fue minuciosamente estudiado. Para empezar, la disposición de los autos exhibidos dentro del concesionario se inspira en la manera en que se exponen las obras en los museos, generando una sensación de apreciación que generalmente se experimenta frente a un cuadro o una escultura, pero manteniendo siempre un entorno cálido y agradable.

Con el objetivo de que el cliente se sienta como en casa, la idea fue transformar espacios que habitualmente eran propios de los vendedores en territorio del cliente. Para esto se decidió, por ejemplo, utilizar escritorios sin cajones para evitar que los vendedores se adueñen de esos espacios al colocar sus bienes personales. Otra decisión fue que los monitores de computadora sobre los escritorios sean visibles tanto para el vendedor como para el cliente, con lo cual se evita la sensación de que hay información oculta. Así se logró reforzar el concepto de transparencia para elevar la marca y profundizar la conexión emocional con el cliente.



Un branding de UNO para Chicano.

Hispanos

Otra presentación interesante fue la de Luis Fitch, cofundador de la agencia de diseño UNO (www.unoonline.com), dedicada a la creación y posicionamiento de marcas en el mercado hispano de EE.UU. El constante aumento de la población latina –44,3 millones de personas, un quince por ciento del total– genera un interés cada vez mayor en el mundo de los negocios. Pero existe un desconocimiento sorprendente por parte de muchas empresas y agencias de publicidad y marketing respecto a una audiencia, a la que consideran como un mercado homogéneo.

A raíz de esto es relativamente común ver un mismo mensaje publicitario destinado a todos los consumidores latinos, sin tener en cuenta su procedencia, las variantes culturales ni las costumbres que los diferencian. UNO desarrolló un sistema de segmentación de mercado llamado “Filtros”. Esta herramienta etnográfica facilita la segmentación dentro del mercado hispano a través de factores de preferencia de los consumidores tales como idioma, tradiciones, días festivos, comida, religión, personajes de referencia, música y arte. Esto permite personalizar el mensaje y aumentar así su efectividad.

Pinkberry

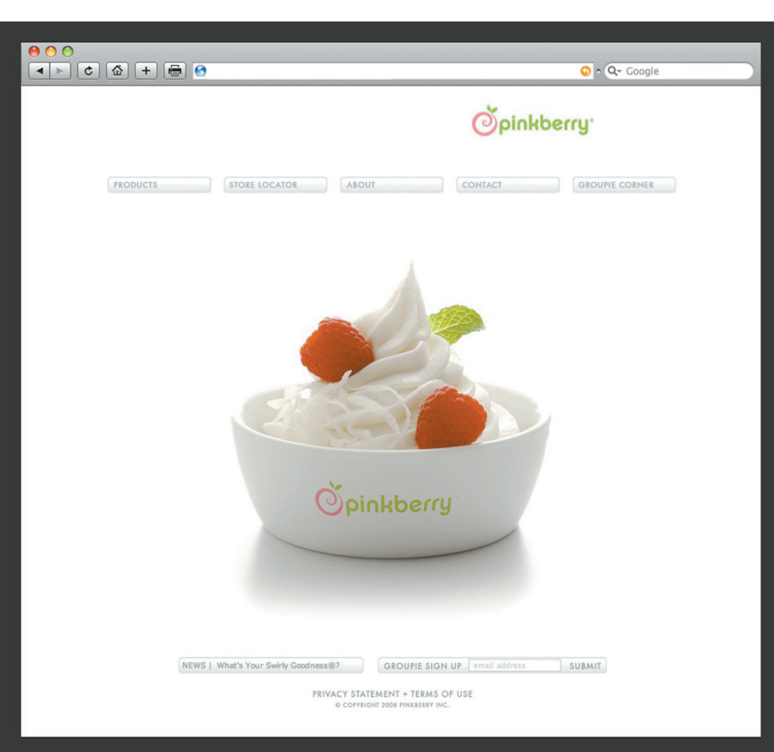
¿La comida entra por los ojos? Pinkberry (www.pinkberry.com) es una empresa de yogur helado que surgió a principios de 2005 con un pequeño local en Los Angeles, California, y hoy tiene más de 50 sucursales de costa a costa. En poco tiempo se convirtió en un fenómeno cultural: basta ver multitudes de adolescentes esperando en fila frente a un negocio para darse cuenta de que se trata de Pinkberry.

Para Yolanda Santosa, directora creativa y fundadora del estudio de diseño Ferroconcrete (www.ferroconcrete.com), la clave del éxito fue concentrarse no sólo en el producto sino también en el desarrollo de la marca y en el diseño del espacio interior. La experiencia de entrar en uno de estos locales confirma la efectividad de la estrategia al captar el sentimiento popular y generar lealtad a la marca. Para lograr esto se decidió el uso de colores pastel en las paredes, piedra natural en los pisos, mobiliario de Philippe Starck y hasta una particular iluminación que, gracias a su calidez, hace que la gente “se vea linda”, según palabras del fundador de Pinkberry, quien además es arquitecto.

La suma de estas decisiones genera un ambiente cómodo y divertido que hace del simple hecho de consumir un yogurthelado toda una experiencia. Cabe destacar que el decorado interior de los locales va cambiando según la ocasión, con temáticas de otoño, Halloween y Navidad, y también varía la ambientación musical en función de la época. Tanto en los envases, como en la señalética y el sitio de internet, se optó por un diseño simple y minimalista, en el cual prevalece el uso de fondos neutros que ayudan a resaltar el atractivo visual del producto. Pinkberry es, sin lugar a dudas, otro caso concreto más del diseño como componente clave en la estrategia de negocio.

http://gainconference2008.aiga.org

* El autor es diseñador gráfico y trabaja en el Departamento de Diseño de las Naciones Unidas en Nueva York.
delfinomatias@hotmail.com



Página web de Pinkberry.

POR LUJAN CAMBARIERE

Visiones pernambucanas

El evento *Revela Design 2008* y la inauguración del *Salón de Diseño de Pernambuco* en Recife permitieron tomarle el pulso a una región de las más fuertes culturalmente de Brasil, donde el diseño es protagonista.

Brasil no deja de sorprender. Será que impacta tenerlos tan cerca y que en cuanto al diseño sean tan diferentes. No en lo que tiene que ver con los profesionales, sino más bien con el contexto: gobierno, universidades, organizadores de eventos. No son tímidos, no son obvios, no se copian todo el tiempo. Apuestan, suman para crear sinergias y así los resultados son diferentes.

Esta semana se mostró Recife, capital de Pernambuco, al nordeste. Dos eventos coincidieron –Revela Design 2008 y la inauguración del Salón de Diseño de Pernambuco PE Design 2008– para posar la mirada sobre una región que de un tiempo a esta parte empieza a brillar también por su diseño. Mucho, parece, tiene que ver un pasado engalanado con la herencia de grandes gráficos, patrimonio histórico del que se enorgullece toda Latinoamérica con íconos como Aloísio Magalhaes. También por un contexto aprovechado de mil maneras, como es el caso de los cruces entre diseñadores y artesanos en una de las regiones con las comunidades más virtuosas de aborígenes y quilombolas (ex comunidades de esclavos) de todo Brasil. Y por un presente que se afirma en la convicción y decisión del Estado de que el diseño es una herramienta clave para el desarrollo. Donde se da otro hecho insólito para nosotros, que es que nada menos que el secretario de Cultura, Joao Roberto Peixe, sea un reconocido diseñador gráfico, a quien, mientras duró el evento, se lo pudo ver sentado como uno más entre el público, reafirmando una política cultural caracterizada por la reflexión y el debate, que va mucho más allá de la simple promoción de actividades o el mezquino saludo para la foto el día de la inauguración. Para aprender y copiar. Sí, acá vale (la copia, digo).

Revela Recife

“Design e Industria Cultural” fue el tema de la tercera edición de *Revela Design ww.reveladesign.com.br*) llevado a cabo del 4 al 7 de noviembre último por el *Centro De Design do Recife* (*www.centrodesignrecife.org*), institución dependiente del municipio. De hecho porque parece que esta es una de las discusiones más importantes en el escenario actual de la ciudad. Para propiciar el debate fueron invitados reconocidos profesionales de moda, textil, curaduría y diseño sustentable para un ciclo de charlas y talleres. Egeus Laus, director de arte de la industria discográfica, con varios años de trabajo en *Emi Music* y más de cien tapas de discos en su haber, además de una investigación sobre rótulos de cachaça que hacen a la memoria gráfica brasilera; Renata Rubim, reconocida diseñadora textil brasilera; la diseñadora de indumentaria Erika Ikezilie; el diseñador gráfico experto en branding André Stolarski y una vez más, de la Argentina, Alejandro Sarmiento. El *Centro de Design* está a punto de inaugurar su sede en el bellísimo Patio de San Pedro. Albergando un espacio expositivo y local de productos con el diseño del estado como protagonista. Una gran posibilidad de ver y ser vistos que Renata Gamelo, gerente operacional de Artes visuales y Design del mismo y coordinadora del reciente evento detalla para **m2**:

–¿Cómo surge la iniciativa del encuentro?

–El encuentro surge de la necesidad de trazar una nueva mirada sobre la producción de diseño y áreas relacionadas con la intención de equilibrar discusiones sobre las actividades que están siendo llevadas a cabo a nivel nacional y local para generar contenidos pensando potencialidades y necesidades específicas de la región. Así, el tema de la primera edición fue *Diseño, Caminos y Posibilidades* y tuvo como foco la multidisciplina y las áreas posibles de acción para las que entonces había poca formación, como iluminación o animación. El año pasado, llegó la discusión sobre nuestra responsabilidad social y medioambiental. Y en esta tercera, propusimos el debate sobre la cuestión de las industrias creativas, que para Recife son un factor especialmente importante.

–¿Por qué el tema de las industrias culturales?

–Recife es cuna de la colonización de Brasil y a pesar de una tradición cosmopolita todavía guarda referencias muy ricas de pueblos que formaron el país y de la fusión y colaboración con los que siguieron viniendo a lo largo de los años. En este contexto, nuestra institución se propuso ser el germen de diálogos entre todos los actores involucrados.

–¿Qué dirías del diseño hoy en Recife?

–Del 2006 para acá, desde que iniciamos el trabajo en el centro, había señales de un nuevo momento para el diseño. Hasta hace unos pocos años, sólo existía un curso, cuando actualmente son seis las facultades, además de los cursos de otras ciudades del estado de Pernambuco como Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe, que son hoy grandes polos de producción textil y de vestuario. En Recife los grandes polos de acción pasan por la moda, el diseño gráfico y el digital (desarrollo de interfaces para web, juegos y software) y, en el área de producto, las relaciones con el sector artesanal. Y por supuesto el de las industrias culturales donde sobre todo la gráfica pero también escenografía, ilustración, tienen su espacio.

PE Design

Mientras tanto, un día antes del inicio de *Revela Design*, el 3 de noviembre, comenzó la exposición de la muestra de los trabajos seleccionados del salón de diseño *Pernambuco Design 2008* (www.pedesign2008.com.br) organizado por la *Asociación de Profesionales de Design de Pernambuco* (APD-PE), coordinada por los diseñadores Eduardo Dida Maia y Lucídio Leao, presidente y vice respectivamente. Una gran exposición con muestras paralelas en el Shopping Paço Alafândega que, según el jurado, representa bastante bien la forma de habitar y vivir de la región. Así, de los 629 proyectos inscriptos para la muestra, 123 fueron elegidos para el salón y 21 recibieron el *Prêmio Pernambuco Design 2008*. Hubo de todo, ya que se cubrieron las más variadas categorías –desde tecnología, animación, moda, gráfica, pasando por artesanía, diseño editorial, iluminación hasta materiales y procesos de fabricación–. Premio que sirvió de excusa para entrevistar a otro gráfico inquieto, generoso y referente, nacido en Recife pero radicado por su estudio *Mais Programaçao Visual* (www.maisprogramacao.com.br) en Río, Humberto Costa Ribeiro, que en su rol de presidente del jurado contó detalles de primera mano:

–¿Algunos proyectos para destacar?

–Una característica muy fuerte en Pernambuco, puedo decir una “tradición”, es el diseño gráfico. Por su historia propia que viene marcadamente en la década del 50 con los experimentos tipográficos de *“Gráfico Amador”*, una editorial fundada por un grupo de 4 intelectuales jóvenes –Aloísio Magalhaes, Gastao de Holanda, José Laurenio de Melo y Orlando da Costa Ferreira–. Iconos del design brasilero, que no conformes con la producción editorial y conservadora de esta época, que era restringida al eje Río-San Pablo, sin espacio para los nuevos escritores, deciden hacer lo propio. Libros producidos artesanalmente, en pequeña escala, y con una gran impronta artística. Esta tradición, herencia, en la área del diseño gráfico, hace que los diseñadores desarrollen proyectos extraordinarios con un muy buen uso tipográfico, existentes o creadas. Hay una fuerte tendencia de “tipos” originales, creados exclusivamente para proyectos específicos. Entre el diseño de producto vale destacar la cerámica Canabarro de Lorane Barreto, en la categoría “Materiales y procesos” la pintura hecha con derivados de la caña de azúcar, miel en alta temperatura. Mientras que en artesanato, es bello el proyecto “Cerámica do Cabo” del *Imaginário Pernambucano*. Me atraen los proyectos populares y justamente ahí, en la categoría “Utensilios y pequeños objetos” hay uno bien simple, que es el de la “Caneca Mug”, que tenía que atender a los usuarios de las clases C e D, creando un vaso. Siempre han asociado el vidrio para bebidas frías y el desafío era, con los pocos recursos tecnológicos, utilizar el vaso de vidrio también para bebidas calientes. Agregaron valor al producto, mejorando su estética y creando un soporte de plástico para la doble utilización (caliente y frío), muy bueno. Los materiales regionales también marcan otros productos como la frutera Abê’ de Cátia Avellar, basada en el *“abê”*, un instrumento musical afro-brasilero, compuesto de hilos de algodón y semillas. Son muchos proyectos, cometo una injusticia en destacar solo estos. Al mismo tiempo, hay otra punta, que tiene que ver con las nuevas tecnologías. Pernambuco avanza como uno de los más importantes polos tecnológicos de Brasil, con proyectos en tecnología de información y comunicación, desarrollando software. Representando esta área, fue invitado a una muestra paralela el *C.E.S.A.R*, asociado a otro emprendimiento Porto Digital.

–¿Existe cierta identidad en el diseño de la región?

–Sí. En sus fuertes colores, rusticidad (en su buen sentido, fuerza gráfica), la materia prima nativa incorporada (arcilla, semillas, caña de azúcar). La fuerte influencia de las culturas africanas e indígenas, mezcladas obviamente con las culturas europeas de colonización (portuguesa y holandesa). Todo eso se refleja en toda la cultura local, música, literatura, artes y, por qué no, en el *design*. Lo que se ve en esta edición es una evolución del lenguaje alcanzando una comprensión más universal, más cosmopolita, sin perder sus características regionales.

–¿Qué opinas del momento histórico que vive el diseño allá?

–Hay una conjunción de factores. Desde la historia mencionada hasta la importante presencia de un designer como secretario de la Cultura, Joao Roberto Peixe, que siempre tuvo una marcada presencia en la historia contemporánea por la lucha del reconocimiento de esta profesión en todo el territorio nacional. Por ejemplo en la creación del *Consejo Municipal de Política Cultural*, compuesto de 19 Fórum Permanentes de Cultura, incluyendo Design, o sea, ahora tenemos un espacio junto al poder público para proponer acciones más efectivas en las aplicaciones y control de los recursos públicos. Uno de los proyectos, por qué no decir conquista, junto a la municipalidad es de hecho el *Centro de Design do Recife*, que promueve este intercambio, talleres, capacitación con y para diseñadores como Revela. Pernambuco también tiene la Asociación de los Profesionales de Design (APD-PE), que es la más antigua en actividad en Brasil (el año que viene cumple 30 años de existencia). Bueno, creo que toda esta efervescencia define el buen momento del *design* y de los *designers* por allá.

Capítulo aparte

Con muestra paralela al salón, en el contexto de una región marcada por la influencia indígena y de las comunidades quilombolas, se vio el proyecto *Imaginario Pernambucano*. Una iniciativa que nace como proyecto de extensión de la Universidad Federal involucrando a profesores, estudiantes y profesionales orientados a enriquecer y asegurar la producción artesanal por medio del design visto como instrumento al servicio de la sustentabilidad ambiental, económica y social. Rescatando bellos saberes populares de comunidades como Conceiçao de Crioulas, Kambiwá, Alto do Moura y Goiania, entre otras, que como vimos con el salón, se llevan todos los galardones. Trabajos en arcilla, madera, fibras naturales, semillas, cestería, que valen sobre todo por el rescate de su acervo material e inmaterial (*www.oimaginario.com.br*).

No todas son broncas

Los funcionarios de Desarrollo Urbano se pelearon con los vecinos del Segurola. Pero los legisladores del PRO y el FPV le dan el gusto a IRSA. Y Schiavoni sigue las obras pese a que la Justicia le ordenó parar.

POR SERGIO KIERNAN

El Ministerio de Desarrollo Urbano ya está refinando eso de inventarle opositores al jefe de Gobierno, Mauricio Macri: no sólo impulsa obras rechazadísimas por los vecinos sino que hasta tiene funcionarios que van a los barrios a desafiarlos. Mientras tanto, la Corporación Sur sigue ilegalmente con las obras en el cine El Plata, pese a que la Justicia le ordenó detenerlas. Y la Comisión de Planeamiento Urbano de la Legislatura tuvo una reunión asombrosa, en la que estuvo hasta Diego Santilli, que no va *nunca*. La razón es que había que votarle el proyecto de mega-mega-mega-shopping a IRSA, pese a la furia evidente de los vecinos de Caballito presentes en la reunión.

El Segurola

Allá en Floresta hay un viejo barrio de pasajes nacido de un plan de vivienda popular de la década del veinte. Recientemente el barrio vio nacer hasta una asamblea, porque el gobierno porteño repartió unas comunicaciones avisando que lo habían incluido en el Plan Prioridad Peatón. Este plan, que ya puso en armas a San Telmo, consiste en realidad en peatonalizar cuadras y cuadras, lo que a los vecinos les pareció al principio algo perfectamente inútil en su barrio y rápidamente algo negativo. Los vecinos del Segurola hicieron su primera asamblea en la plaza Banderín y exigieron que el gobierno porteño se hiciera presente para explicar y escuchar. Este miércoles, en la Escuela Rosales de Mercedes y Magariños Cervantes, un nutrido grupo de funcionarios del Ministerio de Desarrollo Urbano fue, habló, powerpointeó, medio que se hizo el guapo con los vecinos y tuvo que escuchar.

Básicamente, los funcionarios fueron representando a las direcciones generales de Coordinación Institucional y Comunitaria –encabezada por el arquitecto Hernán Vela– y de Proyectos Urbanos y Arquitectura –arquitecto Miguel Ortemberg–, ambas del Ministerio de Desarrollo Urbano. Por la primera estaba la coordinadora Fátima Micheo, que dirigió el encuentro y llamó la atención por afirmar de entrada que representaba al ministro Daniel Chain, por sus modos preceptivos y por su flor en la cabeza. La acompañaban Magdalena Gouguenheim y Matías Gil. Por Arquitectura estaban Daniela Bergaizer y Claudia Santaló, ambas arquitectas.

Lo primero que hicieron los funcionarios fue mostrar el ya ecuménico Power Point y luego comenzaron a hablar los vecinos. Todos se expresaron en contra de la nivelación de las veredas con las aceras, de los nuevos materiales y faroles, y hasta de los bancos. En resumen, les dijeron a los funcionarios que no quieren ni oír hablar del proyecto. Fue entonces que Micheo, persona a la que le gusta “coordinar” educando a los vecinos sobre el arte de la audiencia con frases como “hay que hablar y también que escuchar”, se mandó una histórica.

Parece que la reunión no iba como ella esperaba, por lo que con un tono bastante exasperado, la coordinadora dijo que no creía que todo el barrio estuviera en contra del proyecto. “Si todos están de acuerdo en rechazarlo”, desafió, “levanten las manos y nos vamos”. Y resultó que las únicas manos que no se alzaron fueron las de sus colegas de ministerio. El silencio fue notable.

Nadie esperaba realmente que Micheo se fuera –era una frase retórica–, pero el mal trago fue duro. La coordinadora tuvo que admitir que “no preguntamos a los vecinos lo que querían, este proyecto no surge del consenso con los vecinos” y que por eso se hacía la reunión, para consensuar. Los vecinos le dieron entonces un abc de política, explicando que ella estaba allí porque ellos la habían llamado, que el ministerio les había comunicado con volantes una obra como hecho consumado y que ellos sólo querían que se suspendiera la idea.

De hecho, el barrio les entregó a Micheo y sus colegas una lista de pedidos por escrito en el que exigen taxativamente que *no* se nivelen las veredas con las calzadas ni se cambie el equipamiento urbano. Lo que ellos quieren es mejor iluminación, bacheo, veredas reparadas, poda respetuosa de los árboles, reposición de carteles de calles y de tachos de basura, algunos semáforos en algunas esquinas peligrosas y créditos para restaurar fachadas de valor patrimonial. En resumen, que el gobierno haga el trabajo habitual, de cuidado urbano, municipal y aburrido, que se espera que haga lo que todavía es una municipalidad.

Los vecinos se vuelven a reunir este domingo a las once en la plaza Banderín, Camarones y Mercedes, para ver cómo sigue el tema y qué medidas tomar.

El Plata

Mientras funcionarios como Micheo piantan votos, otros más senior como el misionero Humberto Schiavoni quiebran la ley abierta y francamente. Como se recordará, el viejo cine El Plata de la avenida Alberdi, en Mataderos, fue semidemolido sin que todavía se sepa en qué gestión. El cine fue comprado por el gobierno porteño a pedido de los vecinos para un centro cultural, artefacto escasísimo en esa zona porteña, y fue catalogado con el grado más alto posible por pedido del Ejecutivo. Pero alguien en la Corporación Buenos Aires Sur decidió que era mucho espacio para la cultura en Mataderos y que lo mejor era cargarse la parte de atrás para hacer un CGP.

Esta insensatez –un teatro es un edificio raro y caro, un CGP es un edificio común y corriente– hizo que los vecinos recurrieran a la Justicia porteña, que dictó un amparo para frenar las obras. Pero las obras continúan tan alevosamente que los vecinos hasta tienen un video para demostrar que la Corporación Sur quiebra la ley impunemente. Nada de esto parece importarle demasiado al presidente corporativo Schiavoni: ya fue ministro de Economía de Misiones y jefe de Gabinete del efímero gobierno Puerta en diciembre de 2001, con lo que la Justicia local no lo debe impresionar mucho.

Los vecinos, y en particular la Asociación de Amigos de la Avenida Alberdi y el Centro Comercial Alberdi, van este miércoles 19 a las 16 a la Comisión de Patrimonio de la Legislatura para ver qué se puede hacer para que Schiavoni obedezca la orden del juez. Y para dejar sentada su oposición al proyecto del diputado Cristian Ritondo (PRO) que busca darle una salida fácil a Schiavoni bajando el nivel de protección del cine. Lo que hace necesario recordar que hasta si Ritondo lo logra, Schiavoni ya está en orsay.

El megashopping

La desarrolladora IRSA quiere hacer un shopping enorme en plena Capital, sobre un terreno de casi tres manzanas sobre la avenida Avellaneda, pegadito a las vías. El proyecto incluye una torre de oficinas de 38 metros de altura y la constructora le pidió al gobierno porteño un convenio urbano para hacer esta obra como algo especial. Pues sucede que el Ejecutivo decidió, por razones ignotas, no hacer un convenio sino simplemente modificar la normativa para este terreno en particular, de modo que sea legal edificarle 156.000 metros cuadrados, o casi cinco Alto Palermos. Como se adelantó en **m2** el sábado pasado, la Comisión de Planeamiento ya recibió un proyecto oficial y se sabía que tanto el PRO como el Frente para la Victoria lo apoyaban. Y, para que se vea que cuando quieren los políticos se mueven, resulta que ya lo aprobaron.

El martes se reunieron los diputados de Planeamiento y tuvieron, milagrosamente, asistencia casi perfecta (Teresa de Anchorena, de la CC, estaba ausente por un viaje). Allí estaban Silvina Pedreira, Cristian Asinelli y Alvaro González, del FPV, todos votando a favor de IRSA. También estaban Martín Ocampo, la diputada cartelera Silvia Majdalani, Carlos Araujo y nada menos que Diego Santilli, del PRO, también a favor. La solitaria resistencia fue de Eduardo Epszteyn, de Diálogo por Buenos Aires, que pide que se archive el proyecto.

También estaban, y furiosos, los vecinos del barrio representados por la Asamblea Popular del Cid Campeador, la Asociación Amigos del Patio de los Lecheros, la del Centro Aguafertes, la de la Playa de Cargas Caballito, la de Parque Centenario, Chirimay, el MIC, SOS Caballito y los Vecinos Agrupados de Caballito. Estos grupos están cerradamente en contra del shopping y piden que las manzanas de IRSA sean declaradas urbanización parque y que las 16 manzanas que tiene el Onabe sean un necesario parque, según un proyecto de Enrique Olivera y de Anchorena.

Un pedido que tendrán que seguir enarbolando en otros ámbitos, porque Planeamiento ya votó por el pronto despacho de la obra de IRSA.

Este miércoles, por el patrimonio

Este miércoles, a las 18 y en el salón Intersecretarías de la Legislatura, es la reunión para presentar el Encuentro de Vecinos por la preservación del patrimonio arquitectónico de Buenos Aires. La iniciativa busca pedirle al gobierno porteño que se cambie el actual sistema de protección del patrimonio, en el que los edificios son catalogados de a uno, con doble lectura y meses de trabajo para cada caso. La propuesta es que se aprueben las leyes de 50 años y de Espacio Virtual que impulsa la diputada Teresa de Anchorena, y que se reglamente el régimen de penalidades que prepara la subsecretaria de Patrimonio Cultural, Josefina Delgado.

La ley de 50 años simplemente invierte el proceso para la protección de edificios con cincuenta o más años. Con la ley, el que quiera demoler uno de ellos tendrá que hacer el trámite para desprotegerlo. Sin el trámite aprobado, no hay demolición ni obra nueva. La ley de espacio virtual permite a los que tengan su casa o edificio catalogados vender el potencial que no podrá ser construido por la catalogación. Así, el que viva en una casa de planta baja en una zona donde se pueden construir seis pisos, podrá vender la diferencia con un instrumento legal. Esos metros servirán para pagar excepciones o para construir en otras zonas de la ciudad. El régimen de faltas que se demora en el Ejecutivo busca solucionar el estado de impotencia en que se encuentra la Ciudad hoy a la hora de castigar a los que quiebran la ley. Por ejemplo, en el caso de la demolición ilegal de la casa de Bolívar e Independencia, que mostró que a la legislación actual le faltan dientes para morder.



El Encuentro agrega al temario del petitorio temas urgentes: que se dejen de levantar los adoquinados de la ciudad y que se prorrogue por un año la ley 2548, que vence en diciembre e impide las demoliciones en el perímetro del Paisaje Cultural. En la reunión van a hablar varios protagonistas de la protección del patrimonio: la diputada Teresa de Anchorena (Coalición Cívica), que preside la comisión de Patrimonio; su jefe de asesores, Facundo de Almeida; Santiago Pusso, de Basta de Demoler; Patricia Barral, de San Telmo Preserva; Mario Oybin, de S.O.S. Caballito; Enrique Speranza, de Asociación Comuna del Oeste-Floresta; Gustavo Desplats, de Protocomuna Caballito; Ignacio Fusilier, de Proteger Barracas; Carolina Maccione, de Proteger Devoto; Mónica Ruggiero, de Asociación de Amigos de la Estación Coghlan, y Dora Young, de Sociedad de Fomento de Belgrano. Para adherirse y firmar el petitorio hay dos maneras. Una es ir al sitio www.enterabuenosaires.com.ar. La otra es entrar a Facebook y buscar Defendamos Buenos Aires (http://apps.facebook.com/causes/134455?recruiter_id=18832928). En ambos casos, están los textos completos de las leyes y una explicación sumaria de cómo funcionarían.